

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Devisi Agrowisata, Jalan Abdul Gani Atas, Po. Box 36, Kota Wisata Batu Jawa Timur. Alasan lokasi penelitian ini karena jika dilihat dari tabel kunjungan 1.2 , jumlah pengunjung PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Devisi Agrowisata, mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini menarik untuk diteliti, dengan banyak perusahaan yang sejenis di kota batu, maka akan terjadi persaingan yang ketat. Oleh karenanya, sehingga dengan melihat dan mempelajari strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Kusuma Agrowisata, dapat diketahui kekurangan dan kelebihan dalam mengenalkan suatu produk di benak konsumen, sehingga tercipta merk yang positif di benak konsumen.

#### **3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.**

Penelitian ini jenisnya adalah penelitian kualitatif, Creswell. J (1998) dalam Pupu (2009) menyatakan, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dengan demikian penelitian, penelitian kualitatif tersebut merupakan penelitian yang tidak memerlukan angka-angka, melainkan melalui informasi, baik melalui wawancara, dokumentasi atau lain sebagainya.

Pendekatan penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu atau masalah dengan perlakuan tertentu seperti memeriksa, mengusut, menelaah dan mempelajari secara cermat dan sungguh-sungguh sehingga diperoleh sesuatu seperti mencaipakebenaran, memperoleh jawaban, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya (Hasan, 2002:2). Pada penelitian ini pendekatannya adalah deskriptif yang diharapkan dapat menggambarkan secara jelas strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya kota Batu dalam menarik jumlah pengunjung

### **3.3 Data dan Sumber Data**

Merujuk pada Hasan (2002:82), data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain. Dalam penelitian ini data dan sumber data yang digunakan adalah:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara, hasil observasi.

Data yang diambil dari hasil wawancara dan observasi dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari perusahaan berupa data mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan pada PT. Kusuma Agrowisata, batu jawa timur.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.

Data sekunder yang diambil dalam penelitian ini antara lain data mengenai profil perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, sejarah singkat perusahaan, data kunjungan wisatawan, dan lain-lain.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Hasan (2002:83), pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengkodean serangkaian prilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisasi, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai obyek yang dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Observasi dalam penelitian ini adalah observasi terkait dengan strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan pada PT. Kusuma Agrowisata, batu jawa timur.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara pihak manager marketing PT. Kusuma Agrowisata, asisten Marketing PT. Kusuma Agrowisata dan pengunjung. Adapun materi dalam wawancara ini meliputi hal-hal yang terkait dengan strategi komunikasi pemasaran. Ketajaman wawancara dilakukan berinteraksi dengan pihak-pihak yang terkait.

## 3. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun berupa dokumen, seperti buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus dalam pekerjaan sosial dan dokumen lainnya. Dalam penelitian ini dokumen yang diperlukan berupa data pertumbuhan jumlah pengunjung dan lainnya.

### 3.5 Subyek Penelitian

Adapun subyek dalam penelitian ini adalah kepada beberapa informan yaitu kepada *manager marketing*, *asisten marketing* dan *customer* sebagai subjek penelitian dan mampu memberikan informasi (informan) yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini, sedangkan instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri.

### 3.6 Model Analisis Data

Miles dan Huberman dalam Rahayu (2013:6) terdapat tiga jalur analisis data kualitatif yang dapat digunakan yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data terdiri dari meringkas data, mengkode, menelusuri tema, dan membuat gugus-gugus. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat diambil.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif adalah teks naratif yaitu yang berbentuk catatan lapangan dan matriks, jaringan, grafik, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau melakukan analisa kembali.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus selama di lapangan. Dari pengumpulan data penelitian kualitatif mulai mencari arti benda-benda,

mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani dengan longgar tetap terbuka dan skeptik, tetapi kesimpulan sudah disediakan dengan belum jelas, namun kemudian menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikir ulang selama penulisan, tinjauan ulang catatan lapangan, tinjauan kembali dan tukar pikiran antar teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, dan upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.

### **3.7 Uji Keabsahan Data**

Merujuk pada Moleong, (2002:176) uji keabsahan data dapat dilakukan dilakukan tiga cara yaitu triangulasi, perpanjangan pengamatan dan diskusi dengan teman sejawat. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### **1. Triangulasi**

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut. Teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber yang berfungsi untuk mengecek keabsahan data (kredibilitas data) dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk keperluan pengecekan terhadap data yang diperoleh dilakukan dengan cara membandingkan data

hasil wawancara terhadap subjek dengan data hasil wawancara terhadap subjek lain dan informan (Moleong, 2002:176).

Utama triangulasi dalam bahasan strategi komunikasi pemasaran akan dilanjutkan dengan analisis SWOT yaitu mendeteksi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang.

